



Lurøy kommune

# PROSJEKTBEKRIVELSE

Profilering/markedsføring av Lurøy

Delprosjekt for  
Lurøy - Liv laga i nye daga



## INNHOLDSFORTEGNELSE

1	HENSIKTEN MED PROSJEKTET .....	3
2	PROSJEKTETS MÅLSETNING .....	3
3	PROSJEKTETS OMFANG OG RAMME.....	3
4	ANSVARSFORHOLD.....	3
5	ORGANISERING.....	4
5.1	STYRINGSGRUPPE.....	4
5.2	PROSJEKTLEDER (PL).....	5
5.3	PROSJEKTGRUPPE.....	5
5.4	ARBEIDSGRUPPER.....	5
5.5	PROSJEKTGRUPPEMØTE .....	5
6	PROSJEKTGJENNOMFØRING.....	5
7	BUDSJETT/FINANSIERING.....	6
8	HOVEDAKTIVITETER OG TIDSPLAN.....	7

## 1 Hensikten med prosjektet

Prosjekt «Profilering og markedsføring» inngår som et delprosjekt i et større prosjekt: «Lurøy, Liv laga i nye daga». Hovedprosjektet er den overordnede planen for bosetting, rekruttering, markedsføring og rekruttering, med fokus på bosetting og trivsel i lokalsamfunnene i Lurøy kommune.

## 2 Prosjektets målsetning

Prosjektets mål bygger på Lurøy kommunes overordnede visjon som er:

**«Å skape gode levevilkår for innbyggerne i Lurøy, bygd på kvalitet, trygghet og trivsel»**

Hovedmål:

- Lurøy kommune skal være en foretrukket kommune å bosette seg i

Resultatmål:

- Kartlegge Lurøy kommune sine fortrinn
- Bygge portaler som visualiserer og tydeliggjør Lurøy som attraktiv bo- og tilflyttingskommune
- Gjennomgang, utvikling og bruk av profileringsmaterieil (profilhåndbok)
- Kartlegge mulige bruk av virkemidler
- Utvikle merkevaren Lurøy

Kommuneplan sin samfunnsdel nevnes spesielt:

- *Tilrettelegge for trivsel og trygghet i et aktivt og levende lokalsamfunn for dagens og morgendagens innbyggere*
- *Større del av befolkningen som aktive samfunnsdeltakere gir økt trivsel*
- *Enhver skal gis mulighet og trygghet til medbestemmelse og samfunnsdeltakelse*
- *Fokus på kvalitet som et viktig konkurransemessig fortrinn i utnyttelse av kommunens rike ressursgrunnlag*

## 3 Prosjektets omfang og ramme

Prosjektet vil være avhengig av både ekstern ekspertise og veiledning, og tett intern oppfølging.

Intern kartlegging av kommunens fortrinn må gjennomføres i samarbeid med lokale ressurser, med veiledning av fagkompetanse, og virkemidler som kan fremme bolyst må kartlegges, vurderes og velges. Portaler må tydeliggjøre Lurøy sine fortrinn. Videre må merkevaren Lurøy utvikles.

## 4 Ansvarsforhold

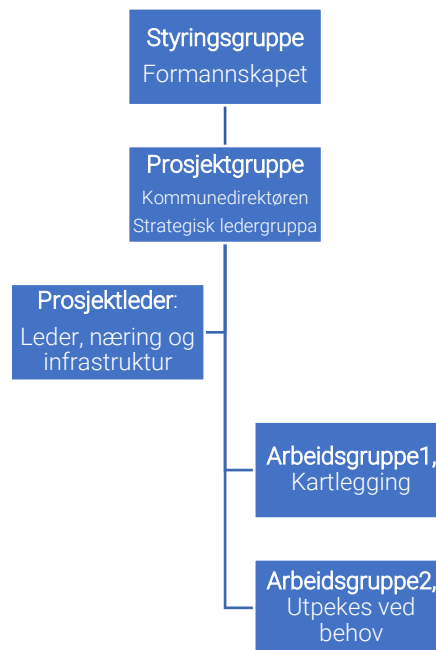
Kommunestyret er prosjekteier gjennom sitt vedtak om gjennomføring av prosjektet.

Formannskapet vil være styringsgruppe for prosjektet, og ta prinsipielle avgjørelser underveis i arbeidet når det er nødvendig. Dersom det er behov for å bruke økonomiske ressurser i prosjektperioden, skal formannskapet ta stilling til det.

Kommunedirektøren: Er prosjektansvarlig, tar hånd om nødvendig fremdrift i utredningsarbeidet og er ansvarlig for rapporteringen til styringsgruppen.

## 5 Organisering

Prosjektet organiseres i henhold til modell:



- Prosjektgruppen ledes av prosjektleder
- Arbeidsgruppene ledes av prosjektkoordinator (PK) som oppnevnes særskilt.

### 5.1 Styringsgruppe

Styringsgruppen skal styre prosjektet og holde møter ved behov. Møtene skal planlegges i forhold til fremdriftsplanen slik at styringsgruppen kan følge opp fremdrift i forhold prosjektets hovedmilepæler. Møter skal holdes dersom prosjektleder eller prosjektgruppen ber om det. Styringsgruppemøter avholdes normalt i forbindelse med formannskapsmøtene, jfr. møteplan.

Kommunedirektøren eller den han bemyndiger kan møte i styringsgruppen.

Leder av styringsgruppen: Ordfører

Styringsgruppens oppgaver omfatter blant annet:

- treffe beslutninger angående mål, rammer og planer
- godkjenne leveranse i henhold til hovedmilepæler

Det er styringsgruppens ansvar å sette i verk tiltak der prosjektet selv ikke klarer å løse problemene.

### **5.2 Prosjektleder (PL)**

PLs oppgaver i prosjektet er å:

- utarbeide detaljert prosjektplan
- følge opp prosjektet mht. fremdrift, ressursforbruk, resultater og kvalitet
- foreta rapportering til prosjektets styringsgruppe
- sørge for at vedtak fra styringsgruppen blir gjennomført i prosjektet
- påse at intern kvalitetssikring blir gjennomført i henhold til plan

Rapportering om fremdrift og eventuelle avvik skal skje til prosjektets styringsgruppe etter behov.

Prosjektleder er: Kommunedirektøren eller den han bemyndiger (i dette prosjektet, Leder, næring og infrastruktur)

### **5.3 Prosjektgruppe.**

Prosjektgruppe er Strategisk ledergruppe.

Prosjektgruppens oppgaver omfatter blant annet:

- følge opp prosjektet med hensyn til fremdrift og ressurser
- godkjenne prosjektbeskrivelse, prosjektplan og krav om endringer

### **5.4 Arbeidsgrupper**

Det etableres en arbeidsgruppe som bistår i kartlegging av kommunens fortrinn. Emosjonelle verdier gjennomgås og vektlegges. Arbeidsgruppen rapporterer til prosjektleder.

Ved behov etableres det ytterligere arbeidsgruppe for delprosjekter.

### **5.5 Prosjektgruppemøte**

Avtales i hht. fremdriftsplan.

## **6 Prosjektgjennomføring**

Lurøy kommunes omdømme og merkevare er samlet oppfatning og tanker om Lurøy. Merkevaren Lurøy må bygges opp. Innbyggerne, tilreisende, næringsliv og mulige innflyttere må bevisstgjøres på hva som gjør Lurøy unik, både relatert til bosted, arbeidssted og fritid.

1. Kartlegging av Lurøy kommunes fortrinn. Profileringen av Lurøy bør bygges opp rundt følgende emosjonelle verdier:
  - a. Røtter – lokalhistorie og kulturminner
  - b. Arrangementer – Hva skjer i Lurøy?

- c. Utstillingsvindu – Hva er vi gode på og som bør plasseres i et utstillingsvindu?
  - d. Beliggenhet - Hvor ligger vi, og hva finnes rundt oss?
  - e. Attraktivitet – gunstige ordninger og tilbud til innbyggerne
  - f. Hva finnes av tilbud?
2. Gjennomgang, utvikling og bruk av profileringsmaterieil (profilhåndbok):
    - a. Hva skal brukes?
    - b. Hvordan skal det brukes?
    - c. Hvordan forsterke budskapet?
  3. Kunnskapsinnhenting
    - a. Hva gjør andre kommuner?
    - b. Hvordan lykkes de?
  4. Bygge portal/portaler som visualiserer og tydeliggjør Lurøy som attraktiv bo- og tilflyttingskommune
    - a. Hva finnes av informasjon?
    - b. Hva mangler, og hvilken informasjon er viktig å få fram (for hvem)?
  5. Samarbeide med lokale bedrifter, lag og foreninger
    - a. Informasjonshenting fra hva som skjer i kommunen
    - b. Informasjon og linker til bedrifter i kommunen
  6. Ombygging og tilpassing av kommunens hjemmeside
    - a. Kommunens hjemmeside må bygges om
    - b. Farger og profil må tilpasses
    - c. Link til portaler må tydeliggjøres
  7. Kartlegging av bruk av virkemidler som kan fremme bolyst  
Det er ikke tilstrekkelig at kommunen framstår som unik og attraktiv. Det er nyttig og effektivt å utnytte ulike virkemidler for å fremme kommunens fortrinn for å tiltrekke seg attraktive målgrupper som kommune trenger. Et viktig tiltak vil derfor være aktiv målrettet markedsføring av kommunen:
    - a. Hvordan synliggjøre kommunen?
    - b. Hvilken personas er særlig viktig for kommunen?
  8. Skissere og utvikle merkevaren Lurøy  
Aktuelle verktøy bør ses i sammenheng med andre delprosjekt i Bolystprosjektet, for å forsterke budskapet om det unike med Lurøy
    - a. Utvikling av pilot
    - b. Gjennomføring

Til sammen vil dette innholdet, i tilknytning til hovedprosjektet, forsterke budskapet om Lurøy kommunes fortrinn. Dette vil kunne stimulering til tilflytting.

## 7 Budsjet/finansiering

Kostnadene for å gjennomføre prosjektet innbefatter kostnader med ekstern innleie av fagkompetanse som kan bistå med:

- Veiledning og oppfølging i prosessen, utvikling og bruk av profileringsmaterieil (videre bruk av kommunens profilhåndbok)

## Prosjektbeskrivelse – Profilering og markedsføring av Lurøy

- Bygge og utviklet portaler som kan synliggjøre kommunen på en god måte
- Planlegge og rigge markedsføringsaktiviteter

Det vil være nødvendig at kommunen bruker egne ressurser, i form av eget arbeid, for å få forankring og for å sikre at produktene blir lokalt tilpasset og generert.

### Eksterne kostnader

Aktiviteter	Kostnader		
	2023	2024	2024
Kjøp av tjenester for veiledning, oppfølging, bygging av portaler, utvikling, digitalisering og bruk av profileringsmateriell etc.	250 000	250 000	250 000
Ombygging og tilpassing på hjemmeside	100 000	100 000	
Diverse uforutsett	50 000	100 000	50 000
Planlegging og rigging av markedsføringsaktiviteter	50 000	50 000	100 000
Totalt	450 000	500 000	400 000

Eget arbeid vil komme i tillegg.

### Finansiering:

Det er trolig ikke mulig å oppnå ekstern finansiering av prosjektet. Gjennomføringen vil derfor forutsette kommunal fullfinansiering:

	2023	2024	2024
Totalt	450 000	500 000	400 000

## 8 Hovedaktiviteter og tidsplan

Hovedaktivitet	Ansvar	Tid
Kartlegging av Lurøy kommunes fortrinn	Prosjektleder	3. og 4. kvartal 2023
Anskaffelse av ekstern bistand	Prosjektleder	3.kvartal 2023
Gjennomgang, utvikling og bruk av profileringsmateriell (profilhåndbok):	Prosjektleder	3. og 4. kvartal 2023
Kunnskapsinnhenting fra andre	Prosjektleder	4. kvartal 2023 og 1. kvartal 2024
Bygge portal/portaler som visualiserer og tydeliggjør Lurøy som attraktiv bo- og tilflyttingskommune	Ekstern kompetanse	4. kvartal 2023 og 1. – 3. kvartal 2024
Samarbeide med lokale bedrifter, lag og foreninger	Prosjektleder	1. kvartal 2024
Ombygging og tilpassing av kommunens hjemmeside	Acos	4. kvartal 2023
Kartlegging av bruk av virkemidler som kan fremme bolyst.	Prosjektleder	3. kvartal 2024
Skissere og utvikle merkevaren Lurøy	Prosjektleder i samarbeid med ekstern kompetanse	4. kvartal 2024 og i 1. kvartal 2025
Markedsføring mot personas	ekstern kompetanse	2025

Aktivitetsplanen er tentativ.